



INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS DISCENTES DE ENSINO SUPERIOR DO ESTADO DE ESPIRITO SANTO: ABORDAGEM DA TEORIA DO PLANEJAMENTO DO COMPORTAMENTO

CARDOZO, Erico Aurélio Abreu¹; ROCHA, Karoline Mandelli da²

¹ Departamento de Administração, Universidade Federal do Espírito Santo, erico.cardozo@gmail.com

² Departamento de Administração, Centro de Ensino Superior FABRA, karolmandelli@gmail.com

Resumo: O objetivo desta pesquisa é avaliar a Intenção Empreendedora dos discentes de uma instituição de Ensino Superior localizada no estado de Espírito Santo. Utiliza-se uma abordagem do tipo quantitativa, não experimental. O método utilizado nela foi o predeterminado e possui como ferramenta um questionário estruturado fechado, adaptado do originalmente criado por Liñán e Chen (2009). Conclui-se em função dos resultados apresentados que para os discentes a carreira de empreendedor é encarada como algo positivo pelos discentes, sendo considerada como mais interessante do que o trabalho exercido com carteira assinada, de acordo com a legislação trabalhista vigente; porém o ambiente social, parentes, amigos e colegas, no qual os discentes estão inseridos não obrigatoriamente os incentiva a seguir a carreira de empreendedor.

Palavras-chave: Engenharia Organizacional, Empreendedorismo, Intenção Empreendedora, Desenvolvimento.

ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF STUDENTS OF HIGHER EDUCATION IN THE STATE OF ESPIRITO SANTO: APPROACH TO THE THEORY OF PLANNING OF BEHAVIOR

Abstract: *The objective of this research is to evaluate the Entrepreneurial intentions of students from a higher education institution located in the state of Espirito Santo. Uses an approach of quantitative type, not experimental. The method used here was the predetermined and has as a tool a structured questionnaire, adapted from the originally created by Liñán and Chen (2009). It is in light of the results presented that to the students the career of entrepreneur is seen as something positive by students, being considered as more interesting than the work done with registered workers, according to labor legislation in force; however the social environment, relatives, friends and colleagues, in which learners are inserted not necessarily the encourages to follow the career of entrepreneur.*

Keywords: Organizational Engineering, Entrepreneurship, Entrepreneurial Intention, Development.

1. Introdução

Luna e Santos (2013) nos diz que os graduandos geralmente ingressam no Ensino Superior ainda sem a definição de uma carreira profissional e, ao longo da sua vida acadêmica, vão delineando seus desejos futuros, por isso as instituições de Ensino Superior são um local apropriado para despertar e desenvolver empreendedores.

Nos últimos 15 anos, há uma expansão e proliferação em âmbito mundial de cursos e programas educacionais voltados ao empreendedorismo (Solomon, 2008). Portanto, o tema empreendedorismo é alvo de inúmeros estudos tanto nacionais quanto internacionais. Um deles é o estudo de Matias et al. (2012) que se preocupam com a forma como o empreendedorismo deve ser estimulado. Além disso, estudam como estimular o empreendedorismo por vocação, ocorrido entre os jovens. Krueger e Brazel (1994) e Athayde (2009) entendem que, para a capacidade empreendedora ser desenvolvida, principalmente nos jovens, alguns atributos latentes nos seres humanos devem ser trabalhados. Já McClelland (1972) – citado por muitos pesquisadores como o autor que deu ponto de partida para avaliar as características psicológicas dos empreendedores – concluiu que existem características pessoais que podem ser determinantes para ter sucesso mediante os desafios empresariais, além de técnicas necessárias.

Por isso é importante medir a Intenção Empreendedora com a finalidade de estimulá-la e formar profissionais de sucesso.

De acordo com Garavan e O'Cinneide (1994), são três as principais características dos inovadores e empreendedores: seus conhecimentos, suas habilidades e suas atitudes. Este último aspecto de atitudes, compõe as forças psicossociais do contexto cultural individual e, é de primordial importância para influenciar os padrões de comportamento empresarial. Portanto, diferentes competências, habilidades e conhecimentos podem ser necessários para cumprir esses diferentes objetivos dos programas educacionais voltados ao empreendedorismo, pois “nem todo mundo tem o que é preciso para ser um empreendedor, mas a nossa sociedade não precisa que todos sejam empreendedores” (Garavan & O'Cinneide, 1994, p. 3). Há uma evidência preliminar de que os atributos empresariais podem ser positivamente influenciados por programas educacionais (Athayde, 2009) e que muitos programas e cursos de empreendedorismo são capazes de construir a consciência do empreendedorismo como opção de carreira e incentivar atitudes favoráveis para o empreendedorismo (Anderson & Jack, 2008).

Há cada vez mais interesse em tentar ensinar não apenas sobre empreendedorismo, mas também através do empreendedorismo (Kirby, 2006), utilizando novos programas de educação para ajudar os alunos a obter um leque de entendimento do negócio e as habilidades e competências transferíveis (Colton, 1990).

Kuratko (2003) define empreendedorismo como um processo dinâmico de visão, mudança e criação onde sua função compreende a três estágios: identificar uma oportunidade de negócio baseada em uma invenção, dar atribuição a essa invenção e alastrar este conhecimento. Para os brasileiros Matias *et al.*, (2012), algumas pessoas possuem uma força interior que o leva a empreender em função de si próprio ou de alguma causa. Para Athayde (2009), qualquer indivíduo pode ser tornar um empreendedor, ao menos que receba os estímulos corretos.

2. Problema de pesquisa e objetivo

O objetivo desta pesquisa é avaliar a Intenção Empreendedora dos discentes de uma instituição de Ensino Superior localizada no estado de Espírito Santo, com base na aplicação do questionário elaborado e validado por Liñan e Chen (2009).

Para isso, temos como base a aplicação do questionário elaborado e validado por Liñan e Chen (2009) a fim de analisar o perfil do discente que possui uma elevada Intenção Empreendedora. Questionário este que foi elaborado para pesquisas sobre impacto nas atitudes dos jovens, de

sua participação em programas estudantis relacionados ao empreendedorismo no que se diz respeito ao iniciar um negócio.

Além de avaliar a intenção empreendedora dos discentes de uma instituição de Ensino Superior localizada em Vitória (ES), este artigo também contribui para o debate das características a serem trabalhadas e que podem aumentar esses potenciais. Acredita-se que esta pesquisa de investigação seja relevante e possa colaborar com as instituições de ensino interessadas no ensino do empreendedorismo, pois buscamos suscitar discussões sobre as políticas educacionais aplicadas quanto ao estímulo e ao desenvolvimento das habilidades empreendedoras nesse discurso, visando a contribuir para o desenvolvimento empreendedor do país.

Nesse contexto, Dolabela (2007, p. 15) esclarece que “Ainda não existe resposta científica sobre se é possível ensinar alguém a ser empreendedor. Mas sabe-se que é possível aprender a sê-lo”.

Dornelas (2005) esclarece que os empreendedores inatos ainda existem e são referenciais de sucesso, porém pode-se capacitar e desenvolver atitudes empreendedoras, desfazendo-se, assim, a tese que diz que empreendedorismo advém de herança genética e as pessoas aprendam a ser empreendedoras (FILION, 1999).

O presente artigo estrutura-se da seguinte forma: a seção que se segue contém uma revisão da literatura existente sobre empreendedorismo – Abordagem Comportamental, Teoria do Planejamento do Comportamento e Atitude Empreendedora baseada na Teoria do Planejamento e Comportamento. A seção quatro contém a metodologia de pesquisa e, na última seção, apresenta-se a análise dos resultados e os resultados do estudo, inclusive, com possíveis limitações e sugestões para pesquisas futuras.

3. Fundamentação teórica

3.1. Empreendedorismo

Schumpeter (1934) afirma que o sistema capitalista possui uma característica denominada “processo de destruição criadora”, pelo qual se deve abandonar o velho e partir para a criação e desenvolvimento do novo. O agente que permite essa mudança é denominado empreendedor.

O termo empreendedor é bastante comentado por uma porção de economistas e, embora o empreendedorismo seja uma das mais importantes forças dinâmicas capazes de moldar a

paisagem econômica atual, as causas e os impactos desse fenômeno são ainda muito mal compreendidos Monitor-Gem (2005).

Portanto, as ações empreendedoras necessitam de um agente que as coloque em prática. Para Motomura (2004, p. 16), “empreendedorismo nada mais é do que a força do fazer acontecer”, ou seja, como toda tarefa a ser feita, o empreendedorismo necessita de um agente capaz de criar, desenvolver e inovar: o empreendedor.

O empreendedor vê a mudança como norma e como sendo sadia. Geralmente, ele não provoca a mudança por si mesmo. Mas, se isto define o empreendedor e o empreendimento, o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade (Drucker, 1987, p. 36).

Para Schumpeter e Backhaus (2003), o desenvolvimento econômico poderia ser visto como satisfazer as necessidades sociais, quando um empreendedor se dispõe a realizar novas combinações, tendo iniciativa, sendo autoritário e capaz de prever, podendo combinar os fatores produtivos. Já para Kuratko (2005), empreendedorismo é visto como um motor da economia, quando criadas novas empresas, pois permite o desenvolvimento econômico, despertando, assim, interesse em todo mundo.

Contudo, fica claro e é importante salientar, que, mesmo após de inúmeras pesquisas na área, a definição de empreendedorismo é bastante extensa e conflitante, ainda mais quando se tenta definir uma figura do empreendedor. O empreendedor aparece em uma infinidade de situações, o que dificulta a criação de uma definição mesmo já tendo sido feito por inúmeros teóricos. Mesmo assim, ainda não conseguiram abordar todas as suas particularidades (Sales & Souza Neto, 2004).

3.2. Teoria do planejamento do comportamento

Ajzen, 1991, Liñán e Chen (2009) salientam que a Teoria do Planejamento do Comportamento (TPB - *Theory of Planned Behaviour*) é baseada em três fatores motivacionais que influenciam o comportamento, sendo eles:

1. Atitude Empreendedora: Indica o grau que um indivíduo possui uma valorização pessoal positiva ou negativa sobre ser um empreendedor (Ajzen et al., 2001; Pathak & Wennberg, 2013).
2. A Norma Subjetiva (NS) mede a percepção de pressão social para realizar ou não realizar comportamentos empresariais (Ajzen, 2001).

3. Percepção de Controle Comportamental (PCC) é definida como a percepção da facilidade ou dificuldade de se tornar um empreendedor (Ajzen, 2001).

Baseando-se na TPB, a intenção empreendedora é definida como um esforço que o indivíduo exerce para efetuar uma atividade empresarial e comportamentos planejados, tais como o empreendedorismo é previsto por intenções, que são derivadas a partir de atitudes (Ajzen, 1991). A atitude de um indivíduo pode mudar e evoluir ao longo do tempo, não sendo uma característica permanente. Essas atitudes não são iguais em todos os indivíduos e são derivados de fatores exógenos como as influências culturais (Crant, 1995; Crant & Bateman, 2000), criando intuições que podem prever o comportamento do indivíduo.

A Norma Subjetiva parte do pressuposto de que o indivíduo tende a avaliar favorável ou desfavoravelmente um comportamento de acordo com suas crenças, ou seja, há uma pressão no meio onde está inserido, atentando-se a opinião e o comportamento alheio. Já a PCC refere-se à intenção do indivíduo, quanto a sua facilidade ou a sua dificuldade de realizar tarefas.

Portanto, baseando-se em atitudes que estudam as intenções, podemos obter conhecimento sobre empreendedorismo. A atividade empresarial é, muitas vezes, um comportamento planejado ou intencional que é influenciado por atitudes. A viabilidade de um novo empreendimento advém de disponibilidades de recursos, consequências de um comportamento e suas ações (Crant, 1996). A orientação empreendedora ou propensão a ter intenção empreendedora consiste em quatro grandes dimensões: realização, autoestima, controle pessoal e inovação (Robinson, Stimpson, Huefner, & Hunt, 1991). Empreendedores arriscam tempo e dinheiro na busca de oportunidades de transcender horizontes com a sua própria ideia de negócio (Paul & Shrivastava, 2015; Robinson *et al.*, 1991).

Normalmente, um aumento da percepção de controle e atitude positiva, bem como normas socialmente aceitas podem melhorar as intenções empreendedoras de um indivíduo (Goethner, Obschonka, Silbereisen, & Cantner, 2012; Kautonen, Tornikoski, & Kibler, 2011).

3.3. Atitude empreendedora baseada na teoria do planejamento do comportamento

Quando temos a intenção de se fazer algo, isso depende de nossas atitudes e é materializado pelo nosso comportamento. Lopes Junior e Souza (2005,) argumentam que muito da atenção que os estudiosos dispensam ao explicar o conceito de atitude é causada pela tentativa de prever o comportamento social. Dizem também que a atitude é a disposição para responder favorável ou desfavoravelmente a um objeto psicológico.

Segundo Ajzen e Fishbein (2000), as pesquisas mostraram que há fraca relação entre atitudes que são ditas (verbais) e o comportamento que, de fato, é apresentado. Isso existe porque a maioria das abordagens que demonstraram resultados negativos falhou ao reconhecer a peculiaridade situacional dos comportamentos humanos. As pesquisas que alcançaram os resultados negativos foram feitas com pessoas de diferentes raças, etnias, religiões e carreiras. Nas pesquisas, os participantes possuíam um contexto e nele tentavam prever ações específicas. Sobre isto, Rodrigues (1972, p. 402) argumenta:

atitudes envolvem o que as pessoas pensam, sentem, e como elas gostariam de se comportar em relação a um objeto atitudinal. O comportamento não é apenas determinado pelo que as pessoas gostariam, mas, também, pelos que elas pensam que devem fazer, isto é, normas sociais; pelo que elas geralmente têm feito, isto é, hábito, e pelas consequências esperadas de seu comportamento.

Ajzen (1991) em um de seus estudos, denomina que outros fatores estão inclusos na tentativa de se prever o comportamento como o princípio da agregação. Essa ideia, que se encontra por trás do princípio da agregação, parte da suposição de que qualquer comportamento sofre a influência de vários outros fatores únicos para a ocasião e ação particular que está sendo observada e não apenas a influência de disposições gerais relevantes.

Posteriormente, ainda sobre a influência das atitudes sobre o comportamento, Ajzen e Fishbein (2000) argumentam que a intenção individual para realizar as atitudes empreendedoras acontece quanto mais favorável forem as atitudes particulares e as subjeções relacionadas ao comportamento e quanto maior for a percepção de controle comportamental.

3.4. Modelo conceitual

Considerando o contexto apresentado nas seções anteriores, a presente pesquisa investiga as seguintes hipóteses:

H1 – Atitude pessoal impacta positivamente na Intenção Empreendedora.

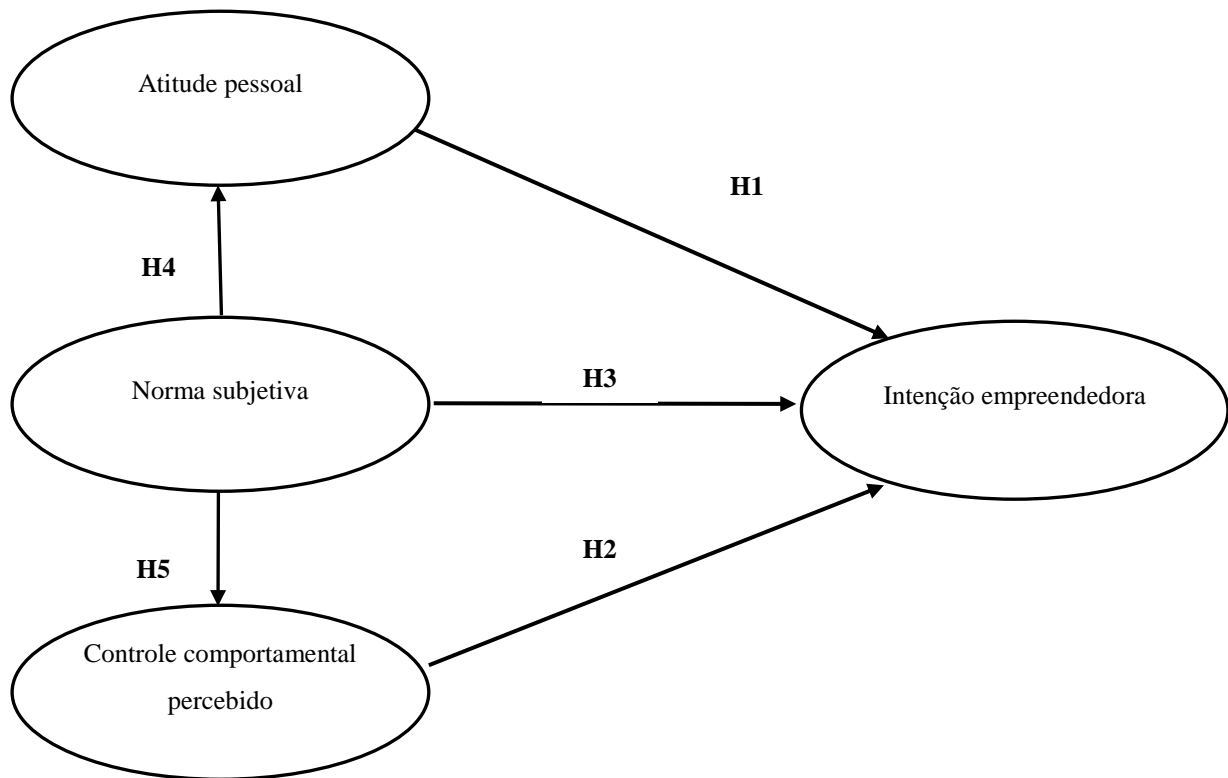
H2 – Controle Comportamental Percebido impacta positivamente na Intenção Empreendedora.

H3 – Norma Subjetiva impacta positivamente na Intenção Empreendedora.

H4 – Norma Subjetiva impacta positivamente na Atitude Pessoal.

H5 – Norma Subjetiva impacta positivamente no Controle Pessoal Percebido apresentadas na Figura 1.

Figura 1 - Modelo conceitual



Fonte: Adaptado do modelo proposto por Liñán & Chen (2009).

4. Metodologia

A presente pesquisa utiliza uma abordagem do tipo quantitativa, não experimental. O método utilizado nela foi o predeterminado e possui como ferramenta um questionário estruturado fechado, adaptado do originalmente criado por Liñán e Chen (2009). Além de apresentar caráter descritivo, em que variáveis foram observadas, registradas e correlacionadas, no seu desenvolvimento (CRESWELL, 2009).

A coleta estruturada de dados foi realizada por meio da aplicação de um questionário formal, com perguntas de alternativas fixas estruturadas em ordem predeterminada, aplicado em sala de aula dos respectivos cursos.

A amostra da presente pesquisa foi composta por 183 discentes dos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Sistema de Informação e Redes de Computadores de uma faculdade particular no município da Serra do estado do Espírito Santo.

O processo de amostragem foi não probabilístico e o critério utilizado foi o de acessibilidade.

Os dados obtidos caracterizam-se por sua natureza primária, reunidos por meio de questionário aplicado à amostra da população desta pesquisa.

O instrumento de coleta de dados utilizado é questionário originalmente criado por Liñán e Chen (2009), validado em uma pesquisa *cross cultural* e possuindo como base teórica a *Theory of Plannes Behavior* (TPB - Teoria do Planejamento do Comportamento).

O questionário está composto por 25 questões, das quais as primeiras seis visam a colher informações sobre o perfil demográfico do respondente. A questão 07 busca avaliar a Norma Subjetiva, todas de caráter obrigatório e fechadas. Da questão 08 a 25, o respondente é convidado a marcar em uma escala de 1 a 10 sua percepção quanto às Atitudes Pessoais, Controle Comportamental e Intenções Empreendedoras.

O questionário, apresentado no Apêndice A, foi aplicado aos discentes dos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Sistemas de Informação e Redes de Computadores no período de março a julho de 2016.

Os dados obtidos inicialmente foram tabulados em planilha de Excel para realização dos cálculos da estatística descritiva visando a expor a distribuição das variáveis e sintetizar os resultados iniciais obtidos. Para realizar a análise do modelo de Intenção Empreendedora criado por Liñán e Chen (2009) será utilizada a análise fatorial exploratória. Segundo Hair, Hult, Ringle e Sarstedt (2014), a análise fatorial tem como objetivo definir a estrutura intrínseca entre as variáveis na análise. O modelo em análise é composto por variáveis independentes, fato que direciona para aplicação da análise fatorial exploratória.

Com o objetivo de testar a confiabilidade dos dados amostrais, foi utilizado o *teste Alpha de Cronbach*, que tem como objetivo medir a confiabilidade do tipo consistência interna de uma escala, ou seja, avaliar a magnitude em que os itens de um instrumento estão correlacionados (CRONBACH, 1951).

Em todos os testes realizados, foi considerado um nível de significância estatística de 5%. O pacote estatístico como o IBM SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) foi utilizado para realização dos teste.

5. Análise dos resultados

5.1. Análise do nível de confiabilidade

O *Alfa de Cronbach* avalia o grau em que os itens de uma matriz de dados estão correlacionados entre si (HAIR et al., 2014). Geralmente, o índice obtido varia entre 0 e 1, ainda que não haja um limite mínimo para esse coeficiente (CORTINA, 1993).

De acordo com Hair *et al.*, 2014, o valor mínimo para uma escala ser considerada confiável é de 0,7.

Tabela 1 - Indicador de Confiabilidade - *Cronbach Alpha*

Constructo	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Atitudes Pessoais	0,901	5
Norma Subjetiva	0,884	3
Controle Comportamental Percebido	0,917	6
Intenção Empreendedora	0,962	7

Fonte: Elaborado pelos autores.

Importante mencionar que nenhum item que compõem cada construto apresentou valor inferior a 0,7, portanto todos os itens dos seus respectivos construtos foram mantidos na amostra.

5.2. Aplicação do teste *kaiser-meyer-olkin*

Após a análise dos resultados de confiabilidade realizou-se a análise fatorial. Foi aplicado o teste Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) que indica qual é o nível de confiança que se pode esperar dos dados quando do seu tratamento pelo método multivariado de análise fatorial seja empregada com sucesso (HAIR et al., 2014).

O respectivo teste foi aplicado em cada construto (Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas e Controle Comportamental Percebido) contribui para explicar o construto Intenção Empreendedora dos respondentes.

Como regra para interpretação dos índices de KMO, valores menores que 0,5 são considerados inaceitáveis, valores entre 0,5 e 0,7 são considerados medíocres; valores entre 0,7 e 0,8 são considerados bons; valores maiores que 0,8 e 0,9 são considerados ótimos e excelentes, respectivamente (HUTCHESON, 1999). De acordo com Hair *et al.* (2014), valores próximos de 1,0 indicam que o método de análise fatorial é perfeitamente adequado para o tratamento dos dados. Valores menores que 0,5 indicam a inadequação do método (HAIR et al., 2014).

O resultado do teste é apresentado na tabela abaixo.

Tabela 2 - Teste Kaiser - Meyer-Olkin

Constructo	Kaiser - Meyer-Olkin	N of Items
Atitudes Pessoais	0,896	5
Norma Subjetiva	0,783	3
Controle Comportamental Percebido	0,819	6
Intenção Empreendedora	0,941	7

Fonte: Elaborado pelos autores.

Todos os resultados obtidos com a aplicação do teste KMO apresentaram valores superiores a 0,5, sendo que o maior valor obtido é 0,941 para o construto Intenção Empreendedora.

5.3. Análise da matriz de correlação fatorial

A matriz de correlação é uma matriz quadrada cujos elementos são as correlações entre as variáveis analisadas (HUTCHESON, 1999).

De acordo com Hair *et al.* (2014), a análise da matriz de correlação revela a existência de grupos de variáveis altamente correlacionadas entre si, mas que tem relativamente uma baixa correlação com outras variáveis da matriz.

Assim, eliminamos a informação que possa ser considerada como redundante garantindo perda mínima de informação (HUTCHESON, 1999).

Dando continuidade aos testes foi realizada a matriz de correlação fatorial para a H1 - Atitude Pessoal impacta positivamente na Intenção Empreendedora. Os resultados são apresentados na tabela abaixo.

Tabela 3 - Matriz de Correlação Fatorial - Atitude Pessoal x Intenção Empreendedora

	INTEM1	INTEM2	INTEM3	INTEM4	INTEM5	INTEM6	INTEM7
ATIPES1	0,501	0,499	0,504	0,431	0,519	0,564	0,743
ATIPES2	0,618	0,814	0,642	0,753	0,681	0,806	0,500
ATIPES3	0,567	0,582	0,598	0,607	0,809	0,731	0,609
ATIPES4	0,631	0,654	0,649	0,671	0,654	0,679	0,560
ATIPES5	0,742	0,785	0,738	0,652	0,765	0,757	0,498

Fonte: Elaborado pelos autores.

De acordo com Hair *et al.* (2014), o valor mínimo para uma escala ser considerada confiável é de 0,7.

Nota-se que a atitude pessoal dos discentes impacta positivamente a Intenção Empreendedora. Os valores em destaque na tabela 9 representam um elevado grau de correlação entre si, ou seja, apresenta uma conexão entre os respectivos elementos.

A tabela abaixo apresenta a matriz de correlação fatorial para H2 - Controle Comportamental Percebido impacta positivamente na Intenção Empreendedora.

Tabela 4 - Matriz de Correlação Fatorial - Controle Pessoal Percebido x Intenção Empreendedora

	INTEM1	INTEM2	INTEM3	INTEM4	INTEM5	INTEM6	INTEM7
CONCOPER1	0,357	0,567	0,508	0,458	0,504	0,457	0,568
CONCOPER2	0,342	0,567	0,431	0,416	0,395	0,243	0,451
CONCOPER3	0,238	0,489	0,349	0,283	0,267	0,369	0,518
CONCOPER4	0,291	0,561	0,269	0,242	0,298	0,299	0,265
CONCOPER5	0,316	0,253	0,395	0,406	0,462	0,382	0,294
CONCOPER6	0,299	0,507	0,373	0,249	0,289	0,496	0,574

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os resultados evidenciam que o Controle Comportamental Percebido impacta positivamente a Intenção Empreendedora dos discentes. As correlações destacadas na tabela 10 apresentam baixa correlação entre si, ou seja, apresentam uma falta de conexão entre os itens. É possível afirmar que os discentes não se consideram preparados para abrirem uma empresa, considerando que não conhecem os pormenores práticos exigidos para criar uma empresa.

A tabela abaixo apresenta a matriz de correlação fatorial para H3 - Norma Subjetiva impacta positivamente na Intenção Empreendedora.

Tabela 5 - Matriz de Correlação Fatorial - Norma Subjetiva x Intenção Empreendedora

	INTEM1	INTEM2	INTEM3	INTEM4	INTEM5	INTEM6	INTEM7
NORSUB1	0,231	0,199	0,205	0,209	0,251	0,204	0,239
NORSUB2	0,894	0,791	0,219	0,509	0,009	0,083	0,091
NORSUB3	0,006	0,045	-0,064	-0,084	-0,049	-0,095	-0,075

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os resultados evidenciam que as normas subjetivas impacta positivamente a intenção empreendedora dos discentes. Os valores destacados em vermelho na Tabela 11 representam uma correlação negativa entre si, ou seja, apresenta uma clara associação entre os respectivos elementos, porém os valores destacados em verde representam alta correlação entre si, demonstrando que parentes e amigos influenciam a decisão em criar uma empresa.

A tabela abaixo apresenta a matriz de correlação fatorial para H4 - Norma Subjetiva impacta positivamente na Atitude Pessoal.

Tabela 6 - Matriz de Correlação Fatorial - Norma Subjetiva x Atitude Pessoal

	ATIPES1	ATIPES2	ATIPES3	ATIPES4	ATIPES5
NORSUB1	0,204	0,201	0,231	0,271	0,261
NORSUB2	0,199	0,184	0,205	0,196	0,189
NORSUB3	0,097	0,058	0,029	0,029	0,092

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os resultados evidenciam que a Norma Subjetiva impacta positivamente a Atitude Pessoal dos discentes. É possível afirmar que inexistiu imposição pelo ambiente social exercida sobre os discentes para tornarem-se ou não um empreendedor, considerando o meio social em que estão inseridos.

A tabela abaixo apresenta a matriz de correlação fatorial para H5 - Norma Subjetiva impacta positivamente no controle pessoal percebido.

Tabela 7 - Matriz de Correlação Fatorial - Norma Subjetiva x Controle Comportamental Percebido

	CONCOPER 1	CONCOPER 2	CONCOPER 3	CONCOPER 4	CONCOPER 5	CONCOPER 6
NORSUB1	0,218	0,184	0,175	0,198	0,098	0,194
NORSUB2	0,095	0,097	0,086	0,082	0,153	0,058
NORSUB3	0,147	0,063	0,074	0,162	0,182	0,091

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os resultados evidenciam que a norma subjetiva impacta positivamente o comportamento pessoal percebido dos discentes. É possível afirmar que em relação aos discentes não há pressão social exercida sobre os indivíduos para tornarem-se ou não um empreendedor, considerando o meio social em que estão inseridos.

6. Considerações finais

Esta pesquisa teve por objetivo avaliar a intenção empreendedora dos discentes de uma instituição de ensino superior na Serra (ES).

Foi utilizado o modelo de Intenção Empreendedora proposto por Liñán e Chen (2009) e o questionário criado pelos mesmos autores. Foram testadas as 05 (cinco) hipóteses do respectivo modelo.

Com relação à Atitude Pessoal observou-se que impacta de forma positiva na Intenção Empreendedora, ou seja, a hipótese H1 foi confirmada.

Com relação ao Controle Pessoal Percebido observou-se que impacta de forma positiva a Intenção Empreendedora, ou seja, a hipótese H2 foi confirmada.

Com relação à Norma Subjetiva observou-se que impacta de forma positiva na Intenção Empreendedora, ou seja, a hipótese H3 foi confirmada.

Com relação à Norma Subjetiva observou-se que impacta de forma positiva na Atitude Pessoal, ou seja, a hipótese H4 foi confirmada.

Com relação à Norma Subjetiva observou-se que impacta de forma positiva no Controle Pessoal Percebido, ou seja, a hipótese H5 foi confirmada.

Pode-se concluir em função dos resultados apresentados que para os discentes a carreira de empreendedor é encarada como algo positivo pelos discentes, sendo considerada como mais interessante do que o trabalho exercido com carteira assinada, de acordo com a legislação trabalhista vigente; porém o ambiente social, parentes, amigos e colegas, no qual os discentes estão inseridos não obrigatoriamente os incentiva a seguir a carreira de empreendedor.

Os discentes consideram que o conhecimento adquirido sobre os procedimentos a serem seguidos para abertura de uma empresa é baixo.

As principais limitações recaem sobre a utilização da amostragem não probabilística, onde os discentes foram escolhidos por acessibilidade, ou seja, não é possível generalizar para toda a população uma vez que os respondentes não foram escolhidos de forma aleatória.

Os resultados da presente pesquisa busca contribuir para futuras pesquisas que busquem investigar o tema em questão, além de propor modificações na forma de abordagem das disciplinas comuns em sala de aula para fomentar a cultura empreendedora entre os discentes e consequente contribuição para o crescimento da economia da região.

Referências Bibliográficas

ATHAYDE, R. Measuring enterprise potential in young people. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 33, n. 2, p. 481–500, 2009.

BENTLER, P. M. Factor simplicity index and transformations. **Psychometrika**, v. 42, n. 2, p. 277–295, 1977. Disponível em: <<http://link.springer.com/10.1007/BF02294054>>. .

CERNY, B. A.; KAISER, H. F. A Study Of A Measure Of Sampling Adequacy For Factor-Analytic Correlation Matrices. **Multivariate Behavioral Research**, v. 12, n. 1, p. 43–47, 1977. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327906mbr1201_3>. .

CORTINA, J. M. What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. **Journal of Applied Psychology**, v. 78, n. 1, p. 98–104, 1993.

CRESWELL, J. W. **Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. Sage, 2009.

- CRONBACH, L. J. Coefficient alpha and the internal structure of tests. **Psychometrika**, v. 16, n. 3, p. 297–334, 1951. Disponível em: <<http://link.springer.com/10.1007/BF02310555>>. .
- CRUZ, C. F.; OTHERS. Os motivos que dificultam a ação empreendedora conforme o ciclo de vida das organizações: um estudo de caso: Pramp's lanchonete. , 2005. Florianópolis, SC.
- DOLABELA, F. Pedagogia empreendedora. **Revista de Negócios**, v. 9, n. 2, 2007.
- DORNELAS, J. C. A. Transformando idéias em negócios. **Rio de Janeiro: Campus**, 2005.
- DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios. Tradução de Carlos Malferrari. , 1987. São Paulo: Pioneira.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, 1999.
- HAIR, J. F. J.; HULT, G. T. M.; RINGLE, C.; SARSTEDT, M. **A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)**. Los Angeles: SAGE Publications, Incorporated, 2014.
- HECKE, A. P. **A Intenção Empreendedora dos Alunos Concluintes dos cursos de Graduação em Administração e Ciências Contábeis das Instituições de Ensino de Curitiba-PR**, 2011. Dissertação apresentada no Programa de Mestrado em Contabilidade, do setor de Ciências Sociais Aplicadas da UFPR.
- HUTCHESON, G. **The Multivariate Social Scientist**. 6 Bonhill Street, London EC2A 4PU: SAGE Publications, Ltd., 1999.
- KRUEGER, N. F.; BRAZEAL, D. V. Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 18, n. 3, p. 91–104, 1994. Disponível em: <<http://ssrn.com/paper=1505244>>[http://cemi.com.au/sites/all/publications/Krueger and Brazeal 1994.pdf](http://cemi.com.au/sites/all/publications/Krueger%20and%20Brazeal%201994.pdf)>. .
- KURATKO, D. F. Entrepreneurship education: Emerging trends and challenges for the 21st century. **White Paper, US Association of Small Business Education**, v. 22, 2003.
- KURATKO, D. F. The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 29, n. 5, p. 577–598, 2005. Wiley Online Library.
- LIÑÁN, F.; CHEN, Y.-W. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 593–617, 2009. Disponível em: <<http://doi.wiley.com/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>>. .
- LORENZO-SEVA, U.; TIMMERMAN, M. E.; KIERS, H. A. L. The Hull Method for Selecting the Number of Common Factors. **Multivariate Behavioral Research**, v. 46, n. 2, p. 340–364, 2011. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00273171.2011.564527>>. .
- LUNA, I. N.; SANTOS, M. M. Profissão e carreira: Relações entre escolhas por cursos de graduação e âncoras de carreira. **Psicol. argum**, v. 31, n. 75, p. 653–663, 2013.
- MATIAS, M. A.; COLARES, A. C. V.; ROCHA, P. M.; CARVALHO JÚNIOR, L. E. DE. O ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação em ciências contábeis. Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC. **Anais...** , 2012.
- MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva realização e progresso social**. Expressão e Cultura, 1972.
- MONITOR-GEM, G. E. Empreendedorismo no Brasil 2004: sumário executivo. **Curitiba: SEBRAE**, 2005.
- MOTOMURA, O. **Empreendedorismo sustentável**. 2004.
- SALES, A. H. L.; SOUZA NETO, S. P. Empreendedorismo nas micro e pequenas empresas no Brasil. **Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Administração, Curitiba: Anais da ENANPAD**, 2004.
- SCHUMPETER, J. A. **The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle**. 1934.
- SCHUMPETER, J.; BACKHAUS, U. The theory of economic development. **Joseph Alois Schumpeter**. p.61–116, 2003. Springer.
- VERSIANI, Â. F.; GUIMARÃES, L. DE O. A construção da carreira de “empreendedor” delineando as bases do aprendizado e conhecimento na criação de empresas. **ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**, v. 28, 2004.

Anexo 1 - Questionário de Pesquisa

Por favor, selecione suas respostas para as questões abaixo.

PEFIL DEMOGRÁFICO

1. **Gênero?** () Feminino () Masculino
2. **Estado Civil?** () Solteiro (a) () Casado (a) () Viúvo (a) () Outro:
3. **Idade?** _____
4. **Raça?** () Branco () Pardo () Negro
5. **Curso?**
 () Área de Negócios (cursos de Administração e Ciências Contábeis)
 () Área de Tecnologia da Informação (cursos de Sistemas de Informação e Redes de Computadores)
6. **Faixa de renda familiar?**
 () Até 1 salário () Mais de 2 a 3 salários () Mais de 4 a 5 salários
 () Mais de 1 a 2 salários () Mais de 3 a 4 salários () Mais de 5 salários
7. **Se você decidisse criar uma empresa, que pessoas próximas a você iriam aprovar essa decisão?**
 () Os seus parentes. () Os seus amigos. () Os seus colegas.

Por favor, indique o seu grau de concordância com as seguintes frases.

Escala: 1 para "Discordo Totalmente", 5 e 6 "Não discordo nem concordo" e 10 para "Concordo Totalmente".

Construto	Assertiva	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ATITUDES PESSOAIS	8. Ser um empreendedor implica em mais vantagens do que desvantagens para mim.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	9. A carreira de empresário é atraente para mim.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	10. Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	11. Ser um empreendedor implicaria em grande satisfação para mim.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
CONTROLE COMPORTAMENTAL PERCEBIDO	12. Entre as várias opções, eu prefiro ser um empresário.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	13. Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	14. Estou preparado para iniciar um negócio viável.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	15. Eu posso controlar o processo de criação de uma nova empresa.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	16. Eu conheço os detalhes práticos e necessários para criar uma empresa.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	17. Eu sei como desenvolver um projeto empresarial.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	18. Se eu tentasse criar uma empresa, teria uma alta probabilidade de sucesso.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INTENÇÕES EMPREENDEDORAS	19. Eu estou pronto a fazer de tudo para ser um empresário.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	20. Meu objetivo profissional é tornar-se um empresário.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	21. Farei todos os esforços para criar e manter minha própria empresa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	22. Eu estou decidido a criar uma empresa no futuro.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	23. Tenho pensado muito seriamente em criar uma empresa.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	24. Tenho a firme intenção em criar uma empresa dentro de poucos dias.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	25. Eu estou pronto a fazer de tudo para ser um empresário.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

OBRIGADO POR SUA PARTICIPAÇÃO!